

COM-26

COMMUNICATION D'ENTREPRISE : DEFINIR UNE STRATEGIE DE COMMUNICATION EN INTERNE

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES :

A l'issue de la formation, chaque participant devra mieux :

- Identifier le périmètre évolutif de la communication interne
- Concevoir un plan de communication interne cohérent avec la stratégie de l'entreprise
- Maîtriser les différents types de communication interne
- Mesurer l'efficacité des actions
- Communiquer en période de changement ou de crise

CONTENU DU PROGRAMME DE LA FORMATION :

- **Enjeux et impact des nouvelles technologies sur la communication interne**
 - ✓ Définition et missions de la communication interne.
 - ✓ Evolution de la fonction.
 - ✓ Communication interne et accompagnement du changement.
 - ✓ Impact des technologies sur l'organisation.
 - ✓ Le management et la fonction communication interne.
- **Concevoir un plan de communication interne**
 - ✓ Diagnostiquer l'existant : système de recueil de l'information.
 - ✓ Animer des réunions et des entretiens individuels.
 - ✓ Analyser et définir ses priorités en fonction des cibles.
 - ✓ Adapter son plan de communication avec la stratégie de l'entreprise.
 - ✓ Méthodologie du plan de communication interne.
- **Moyens et outils de la communication interne**
 - ✓ Les différents types de communication interne : descendante, ascendante, transversale...
 - ✓ Le choix des supports.
 - ✓ Les nouveaux moyens de communication interne.
 - ✓ Les techniques de créativité utiles : trouver des idées innovantes.
 - ✓ Les évolutions récentes de l'intranet : fonctions clés.
 - ✓ Les dispositifs de communication numériques : newsletter, blogs d'entreprise.

- **Mesurer l'efficacité et le retour sur investissement de ses actions**
 - ✓ Les différents outils de mesures des actions.
 - ✓ Fixer et suivre ses indicateurs de performance.
 - ✓ Recueillir des informations : les moyens.
 - ✓ Assurer le suivi.
- **Communication, crise et changement**
 - ✓ Anticiper et préparer sa communication.
 - ✓ Animer un réseau de communicants.
 - ✓ Déterminer le rôle de l'encadrement.
 - ✓ Préparer et annoncer une réorganisation, une restructuration, un changement.
 - ✓ Rédiger un plan de communication de crise : messages et outils.

PUBLIC CIBLE :

- Chef d'entreprise
- Managers

DUREE DE LA FORMATION :

03 journées de 8 heures chacune

ANIMATEUR :

Formateur spécialisé